

緬甸成衣產業簡析目錄

	頁次
壹、 全球成衣市場概況.....	1
貳、 緬甸成衣產業概況.....	2
一、工廠數與結構.....	2
二、出口市場分布.....	4
參、 前景與展望.....	6
一、緬甸成衣業在 Covid 19 期間的因應.....	6
二、軍方政變後情勢.....	7
三、緬甸成衣業的可能挑戰.....	9
肆、 結語與參考資料.....	10

緬甸成衣產業簡析

駐緬甸代表處經濟組彙編

2021年3月5日

壹、全球成衣市場概況

據 Reportlinker 研究公司報告指出，全球成衣市場銷售額預計將從 2020 年的 5,270.8 億美元，成長到 2021 年的 6,351.7 億美元，複合年增長率（CAGR）為 20.5%。至成長的動力主要因各企業已重新整頓運營，並從新冠肺炎（COVID-19）所帶來包括限制社交距離、居家辦公及關閉商場之管制與禁止措施等的影響中回復。預計到 2025 年，成衣市場規模將達到 8,427.3 億美元，複合年增長率為 7%。統計數據顯示，目前全球成衣市場上的主導企業包括 NIKE Inc、Adidas AG、VF Corporation、PVH Corp 和 Hanesbrands Inc 等。亞太地區是全球服裝最大的市場，占 2020 年市場的 33%。西歐則是第二大地區，占全球服裝市場的 28%。非洲是全球服裝市場最小的地區。

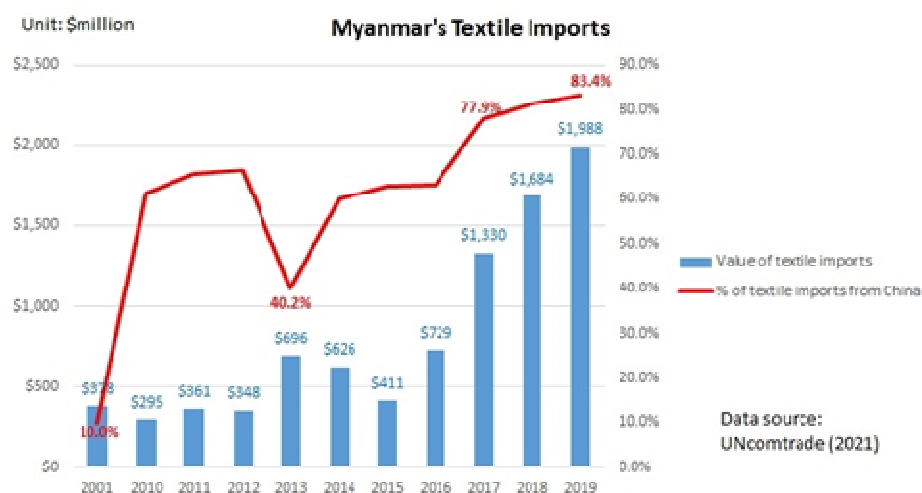
2020 年 COVID-19 疫情爆發，限制了貿易並導致全球供應鏈中斷，加上各國政府的封鎖措施致使消費萎縮，嚴重打擊了服裝產業。包括西歐，北美和亞洲，各國政府紛紛採取了遏制疾病傳播的相關管制或禁止措施，導致製造業活動暫停、經濟活動下降，各國進入封鎖狀態。預料 COVID-19 的疫情將在整個 2020 年至 2021 年繼續對企業產生負面影響，但專家認為，疫情的衝擊屬於黑天鵝事件，與市場或全球經濟的持續或根本性疲軟無關，故成衣製造市場可望在中這段期間逐漸回復。

此外，線上購物需求的增加，也推動了成衣市場的成長。製造商現在可以在比以往更多的電商平台銷售產品，從而增加他們的客戶群，並擴大服裝市場。例如，在印度等國家，電子商務平台與網站讓原屬社區型的生產者擴大曝光，進而促進傳統服裝的銷量。

貳、緬甸成衣產業概況

一、工廠數與結構

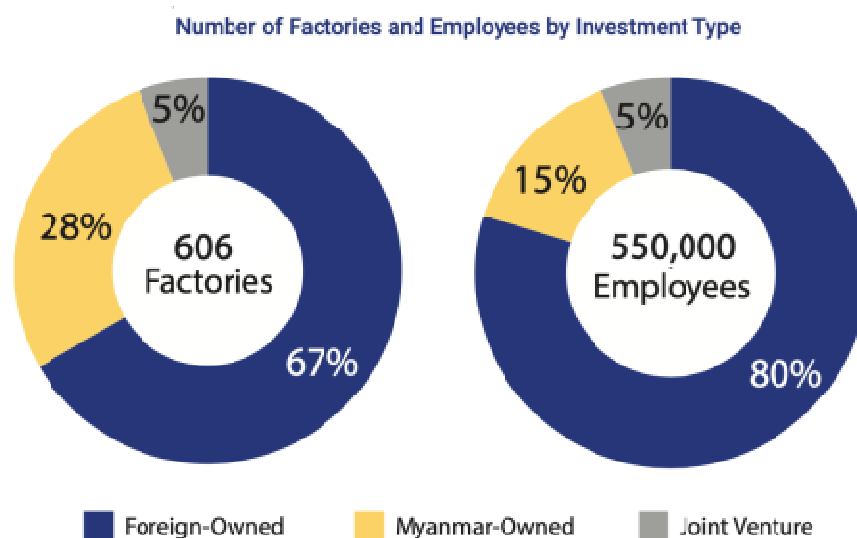
緬甸的成衣產業高度依賴進口原材料，截至 2019 年，緬甸近 83% 的紡織品自中國進口。大型成衣工廠多是外資獨資或本地與外國公司合資經營，並多是以出口為主。而緬甸的外商投資成衣廠多集中於切割、製造及包裝（CMP, Cut-Make-Pack）式的來料加工生產，通常並不具備從設計到發貨之全流程生產能力的 FOB 模式（Free-On-Board, 或作 Freight-On-Board），大部分原材料都是進口的。



根據緬甸成衣製造商公會 2020 年統計，在 2012 年至 2019 年期間，緬甸成衣工廠數量快速成長。2007 年，

只有 154 家工廠，但到 2020 年，工廠數量增加到 720 家，惟在新冠肺炎(COVID-19)疫情期間，有 114 家工廠倒閉或暫停營運。因此，目前只有 606 家工廠在運營，其中 90% 主要集中在出口市場。隨著出口目的地和大量國內人口的需求增加，緬甸的製造商可以選擇迎合本地和出口市場。

根據緬甸成衣製造商公會 2020 年統計，目前約 606 家的成衣製造廠中，僱用約 55 萬名勞工，其中有 22 家的工廠員工數逾 2,000 人，勞工數低於 500 人的小型企業，占工廠總數的 42%。其中逾 6 成是外資企業，大多是中國、台灣、日本和韓國企業在緬甸所設的分支工廠，僱用約緬甸成衣業近 8 成的勞工。



Source: Myanmar Garment Manufacturers Association, 2020

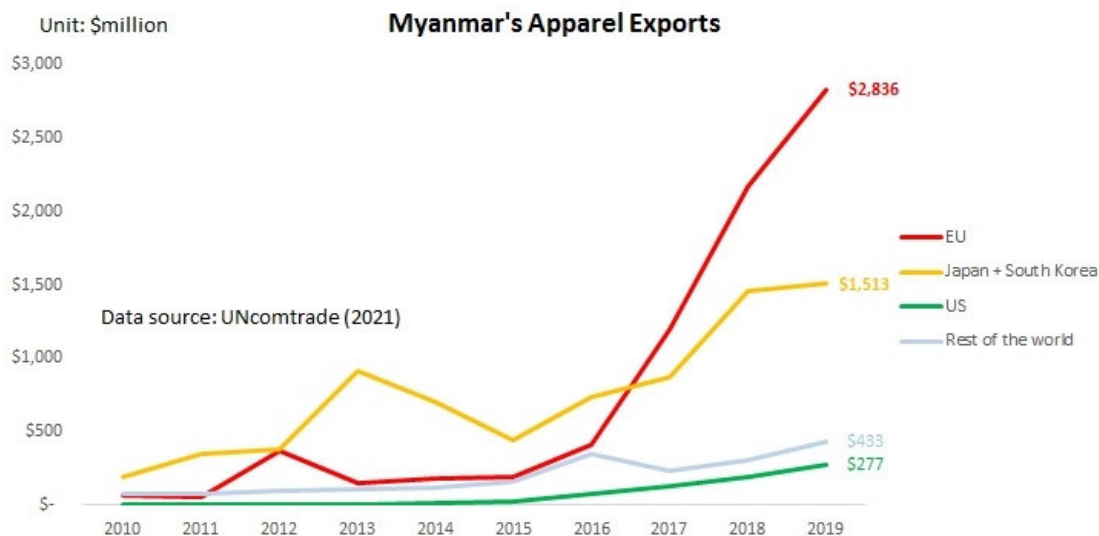
二、出口市場分布

紡織及服裝行業占緬甸的經濟重要位置，尤其是出口部

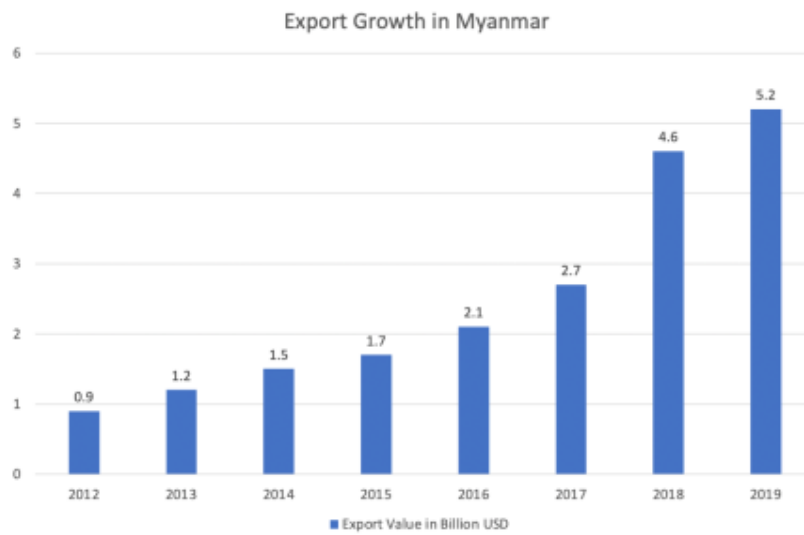
門。UNComtrade 的數據顯示紡織品和服裝佔緬甸 2019 年總出口的近 30%，其次是鞋類和行李箱。相關數據還顯示緬甸紡織，服裝和製鞋業僱用的勞工人數，從 2016 年的 30 萬，到 2018 年已增加到 110 萬。

從需求面來看，自美國取消對緬甸的進口禁令，和歐盟於 2013 年恢復了對緬甸「除武器外的一切優惠 (EBA)」後，緬甸成為國際服裝公司最喜愛的新興服裝採購基地之一。從 2015 年到 2019 年，緬甸對世界的服裝出口以驚人的 57% 的年增長率攀升，以出口歐盟（年成長 97%）和美國（年成長 78%）的成長特別快。

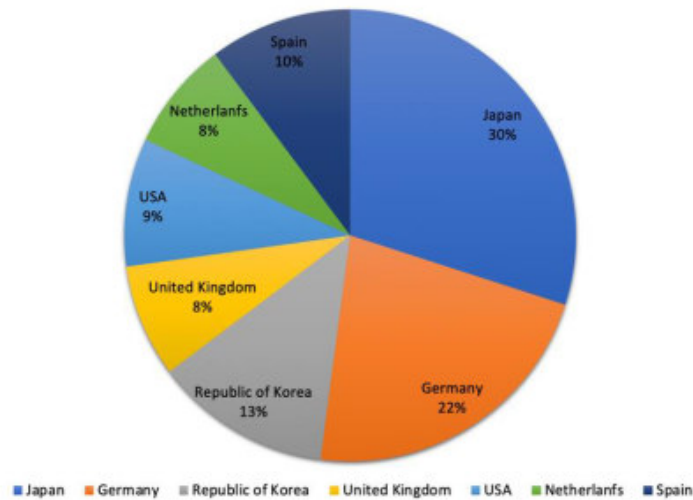
2019 年到 2020 年間，「緬甸製造」的高級服裝時尚品牌包括 United Colors of Benetton、Next、Only、Guess、Jack & Jones 及 Mango 等。許多外商投資緬甸成衣生產，專門生產相對較高品質、功能/技術的服裝（例如夾克和外套等外衣），與其他亞洲出口低成本的上衣和下裝的國家（例如孟加拉國，越南和柬埔寨）產生差異化。此外，緬甸成衣的出口享有歐盟、日本和韓國的免稅進口，同時也是美國普遍優惠制（GSP）的受益者。這就解釋了為什麼緬甸的服裝出口主要銷往歐盟（56%），日本和韓國（30%）和美國（5.5%）。且緬甸有相對較低的生產成本，成衣工人在 2019 年的月收入約為 85 美元。但由於規模有限，緬甸在各國際成衣公司的總採購額中仍佔很小的比例。例如，截至 2019 年，美國和歐盟國家的服裝進口中只有不到 0.1% 來自緬甸。



從國家政策來看，緬甸將成衣業納入 2015-2019 年的國家出口戰略，以促進緬甸出口收入，並縮小巨額貿易赤字。成衣的出口值從 2012 年的 9 億美元增加到 2019 年的 52 億美元。緬甸出口型的成衣工廠，通常在出口需求相對較低的 1 月和 2 月，以及 9 月和 10 月的淡季接受本地訂單。過去，出口的大部分產品直接出口到中國，韓國或日本以及其他亞洲國家，但自從歐盟恢復緬甸的優惠關稅後，當地成衣出口突飛猛進，從 2016 年至 2019 年，歐洲國家佔緬甸服裝出口總額近 5 成。



**Apparel Exported By Myanmar
(From 2016 to 2019)**



參、前景展望

一、緬甸成衣業在 Covid 19 期間的因應

自 COVID-19 疫情爆發以來，緬甸成衣製造商協會持續與計畫和財政部、勞工移民和人口部、緬甸商

工總會、韓國韓國服裝協會、中國紡織成衣協會等合作，尋求解決原材料短缺的作法，和因應即將到來的挑戰，相關作法包括延後調漲最低工資、提供融資補助、加速原材料到貨，以及幫助工人取得社會福利等。

緬甸成衣製造商公會採取了以下步驟來支持製衣業，包括

1. 與 DHL 達成協議，減少 25% 的商品和文件交付；
2. 幫助受 Covid 影響的會員企業快速申請政府貸款；
3. 降低了緬甸成衣製造協會的服務費；
4. 緬甸成衣製造商協會向 COVID-19 管控和緊急應變委員會基金捐贈 1,000 萬緬甸元；
5. 參加由 SMART 紡織成衣計畫執行的歐盟 EU Myan Ku (緬甸) 基金；
6. 及時發布信息，以便勞動，移民和人口部檢查工廠和工作場所；
7. 即時發布在 COVID-19 期間製衣勞工補貼和福利的必要信息。

二、軍方政變後情勢

緬甸軍方於 2021 年 2 月 1 日發動政變後，對緬甸經濟與投資環境造成重大衝擊，已呈現的情勢包括：

1. 抗議活動與罷工使生產活動暫停：民眾除集會遊行抗議外，並發起公民不服從運動，號召政府、醫療及交通等部門員工罷工，使醫療、金融、交

通運輸及進出口報關等無法正常運作。仰光附近工業區，要求仍在上班員工參與罷工，甚至包圍工廠大門，阻止進出，包括迪拉瓦經濟特區大門亦遭圍堵，訴求區內外商向軍方施壓，特區管理局電話均無法接通，據該特區業者告知，工人紛紛請假參加遊行未返回工作，加之管理局暫停運作，對生產及出貨造成嚴重影響；

2. 投資計畫觀望或中止：緬甸主要外資來自亞洲(新加坡、中國大陸、泰國)，已有部份投資計畫因政變暫停或退出緬甸；
3. 緬甸金融業不服從運動影響金融穩定：軍方雖已下令央行儘快恢復公私銀行對外營業並穩定金融，惟目前緬甸私人銀行因工作人員不足、網路不穩定以及擔心民眾擠兌等因素，已數日無法正常營業，公營銀行則限制提人數及金額，致使金融環境相當紊亂，企業及個人無法領取又調動資金，對於經濟活動已造成嚴重打擊；
4. 疫後復甦情勢生變：惠譽集團(Fitch Solution)表示，緬甸的成長前景取決於關鍵基礎設施項目及外人直接投資，緬甸的政治不穩定可能對緬甸經濟產生重大影響，外人直接投資(FDI)恐因西方的制裁而被延後或取消。該集團已將 2020-2021 財年的 GDP 成長預測從 5.6% 下調至 2%，另將 2021-2022 財年的經濟成長預期從 6% 下調至 2%；
5. 多國推出制裁措施：包括紐西蘭、美國、英國、加拿大、歐盟等部份歐美國家已對先針對緬甸軍

方作出針對性的制裁措施，包括資產凍結、旅行禁令，及禁止與該相關企業進行貿易等，且不排除續審查其所有政策工具，包括提供緬甸之發展合作政策及貿易優惠政策。

三、緬甸成衣業的可能挑戰

1. 緬甸因為最近的政變，使西方時尚品牌重新評估對緬甸的採購。研究發現，服裝採購不僅是價格與成本的競爭，國際服裝公司在採購時，將「政治穩定」和「財務穩定」的因素列為企業聲譽風險的決策重點。緬甸的政治動盪將損害其作為服裝採購基地的吸引力，畢竟採購商除緬甸還有許多其他選擇。此外，包括美國和歐盟在內的國際社會正在考慮對緬甸實施新的制裁。如果緬甸失去歐盟的 EBA 資格，或者不再享受免稅進入主要服裝出口市場的機會，那麼緬甸的服裝出口可能是最大的輸家。值得注意的是，在疫情期間，緬甸尋找替代的成衣出口市場困難度大。(2019 年緬甸成衣出口中只有 1.3% 出口到了中國)。
2. 緬甸位處於供應鏈中間，COVID-19 衝擊下面臨諸如原材料取得不易、訂單減少或延遲，以及付款延遲或未收到等問題。此外，部份知名品牌取消訂單或破產。在 Covid-19 期間，訂單被取消，因此工作機會變得很少。許多僱員因撤資而被解僱。
3. 緬甸工資雖堪稱相當低廉，惟生產效率亟待提升，另由於緬甸有很多宗教節慶，加班費大約是正常工資的兩倍，此外，勞工意識擡頭，工會也

逐沖產生影響力，對外國投資者而言，都是須納入考量的。當前，成衣行業面臨許多挑戰，需要政府制定實用且易於遵循法律。

肆、結語

緬成衣業近年來在 H&M、Gap 和 Adidas 等國際品牌的大力支持下，成衣業蓬勃發展，惟連續受到新冠肺炎疫情及政變的雙重打擊。

目前緬甸已陸續收到 COVID-19 的疫苗，疫情可望逐步走穩。但政變的後續發展，各國可能對緬採取更嚴厲的制裁措施，如中止 GSP 等，或全球重量級服裝零售商為產品形象停止向緬甸採購，將重創緬甸的成衣業，並使眾多勞工受害。

緬甸軍民衝突及民眾杯葛經濟發展恐愈演愈烈，雖緬甸在成衣業的投資環境要件仍具一定優勢，惟短期內在政局前景不明，社會高度動盪下，恐對現有投資者及吸引新投資人都造成疑慮，需一些時間才能回復昔日光景。

資料來源

1. ReportLinker 全球成衣市場報告 2021
(https://www.reportlinker.com/p06009724/Apparel-Global-Market-Report-COVID-19-Impact-and-Recovery-to.html?utm_source=GNW)
2. 緬甸成衣製造者公會 2020 Position Paper
(<https://www.myanmargarments.org/wp-content/uploads/2021/01/Position-Paper-English.pdf>)
3. The News Lens 關鍵評論，2017/11/14 歐盟取代日本成為緬甸最大成衣市場，廉價勞工是優勢。(https://www.thenewslens.com/amparticle/83187)
4. University of Delaware, Dr. Sheng Lu, A Snapshot of Myanmar's Apparel Industry and Export
(<https://shenglufashion.com/2021/02/03/a-snapshot-of-myanmars-apparel-industry-and-export/#:~:text=From%202015%20to%202019%2C%20Myanmar's,have%20been%20growing%20particularly%20fast.>)